

## Usability

### Was ist Usability?

Die **Usability** beschreibt die **Benutzerfreundlichkeit** bzw. **Bedienbarkeit** einer [Website](#). Sie wird auch als “Software-Ergonomie” bezeichnet. Je besser die Usability einer Seite, desto höher ist auch die Wahrscheinlichkeit einer Conversion. [Die Conversion Rate Optimierung](#) ist das Hauptziel einer besseren Usability. Für die Beurteilung der Usability spielen sowohl technische Faktoren als auch kreative und psychologische Faktoren eine Rolle. Diese müssen gut aufeinander abgestimmt werden.

### Warum ist Usability wichtig?

Ob bei einem Online-Shop oder einem Dienstleister – **eine gute Usability verkauft besser**. Denn hat ein Nutzer auf dem Weg zu einem Produkt oder auf der Suche nach einer Dienstleistung weniger Hindernisse zu überwinden, ist die Wahrscheinlichkeit viel höher, dass er kauft bzw. einen Service bestellt. Und nicht zu vergessen: Es ist auch viel wahrscheinlicher, dass er den Service auf der gleichen Seite wieder in Anspruch nimmt. Bei einer unzureichenden Usability hingegen verlässt der Nutzer die Seite höchstwahrscheinlich sehr schnell wieder – ergo: kein Kauf.

Hinzukommt, dass Nutzer heute viel höhere Erwartungen an eine Website haben. Das Angebot ist einfach viel größer, es gibt viel mehr Vergleichsmöglichkeiten. Bekommt der Nutzer nicht sofort das, was er will, klickt er eben auf das nächste Suchergebnis und ist damit bei der Konkurrenz.

Weiterhin führt eine schlechte Usability oft zu einem erhöhten Service-Aufwand, d.h., viel mehr Nutzer rufen an, um Informationen zu bekommen, die sie auf der Website nicht erhalten haben. Der erhöhte Aufwand im Support kann sich wiederum nachteilig auf andere Aufgaben der Mitarbeiter dieser Abteilung auswirken.

### Kriterien

Der Grad der Usability einer Webseite richtet sich nach einer Vielzahl von Faktoren. Gemeinsames Ziel all dieser Faktoren ist es, den Nutzer so intuitiv und einfach wie möglich auf der Webseite navigieren zu lassen, ihm keine Widerstände auf dem Weg zu einer Konversion zu legen und die [Klick- und Absprungraten](#) zu verbessern.

Allgemein korreliert eine gute Usability mit einer Steigerung der Konversionsrate. Die Usability zu steigern und benutzerfreundlich zu gestalten, ist daher eine der Hauptaufgaben der [Conversion Optimierung](#) und gehört zur OnPage-Optimierung dazu.

## **Wichtige Faktoren für die Usability sind u.a.:**

### **Erster Eindruck:**

Beim ersten Eindruck spielt sich vieles im Unterbewusstsein ab. Innerhalb von wenigen Sekunden fällt die Entscheidung darüber, ob die Seite seriös, interessant, lustig usw. wirkt. Wichtig ist aber auch, dass der Nutzer in dieser kurzen Zeit erkennt, was geboten wird.

### **Aufbau der Seite/Navigation:**

Hier muss oft ein Kompromiss aus verkaufsfördernden Elementen und leichter Bedienbarkeit gefunden werden. Einerseits muss die Seite den Nutzer vom Angebot überzeugen, andererseits muss ihm die Navigation so leicht wie möglich gemacht werden.

### **Ladezeit:**

Dieser Faktor macht sich vor allem bei älteren Technologien bemerkbar. Seiten, die sich bei einem leistungsstarken Rechner sehr schnell aufbauen, benötigen bei einem älteren Rechner vielleicht viel länger. Von daher ist es wichtig, die Ladezeit der Webseite zu erhöhen. Tipps dazu: Warum ein besserer Page Speed wichtig ist.

### **Seiteninhalte**

Nutzer haben meist nur wenig Geduld und möchten sich so schnell wie möglich einen Überblick verschaffen und erkennen, welche Handlung sie wo ausführen müssen. Wichtige Elemente sind hier z.B. die Bild-/Textverteilung, Schriftgröße oder Handlungsaufforderungen.

## **Wie kann man die Usability verbessern?**

Um die Usability zu steigern, gibt es mehrere "Rädchen", an denen man drehen kann:

### **Technik / Zugänglichkeit**

- kurze Ladezeiten
- sprechende URLs
- möglichst auf Frames und PopUps verzichten
- eindeutige Rückmeldungen auf die Aktionen des Nutzers (UX), bspw. eine Bestätigung, dass er eine Aktion ausgeführt hat
- Webseite besitzt eigene 404-Seite, die den Nutzer “an die Hand” nimmt und ihn zu anderen Seiten weiterführt
- Responsive Webdesign, um die Nutzung der Webseite auf verschiedenen Geräten zu ermöglichen

## Bilder/Multimedia

- Nutzer sollte Kontrolle über Multi-Media Inhalte haben, automatisch abspielende Videos sind ein No-Go

## Inhalt / klare Botschaft

- eindeutige Angaben, was der Nutzer zu erwarten hat, bspw. wenn er einen Einkauf tätigen will
- Kategorien eindeutig bezeichnen, geläufige Begriffe verwenden
- starker Kontrast zwischen Schrift und Hintergrund
- leichte Lesbarkeit durch große Schrift, ausreichenden Zeichenabstand, Absätze
- Format von Texten oder Bildern sollte übersichtlich gestaltet sein und das Auge nicht stören

## Navigation

- Eine Übersicht sowohl über die Gesamtstruktur der Seite als auch einzelne Segmente (Warenkorb, Bestellvorgang, Lexikon etc.) helfen dem Nutzer, die Orientierung zu behalten. Die wohl beste Lösung dafür ist eine [Breadcrumb-Navigation](#) (Brotkrumennavigation), die dem Nutzer seinen gegenwärtigen Ort innerhalb der Struktur der Webseite jederzeit anzeigt.
- leicht auffindbare Suchfunktionen, am besten rechts oben
- Verlinkung des Logos auf die Startseite
- intuitiver Einsatz der Tabulator-Taste bei Formularen
- Links sind immer gleich gekennzeichnet

## Struktur

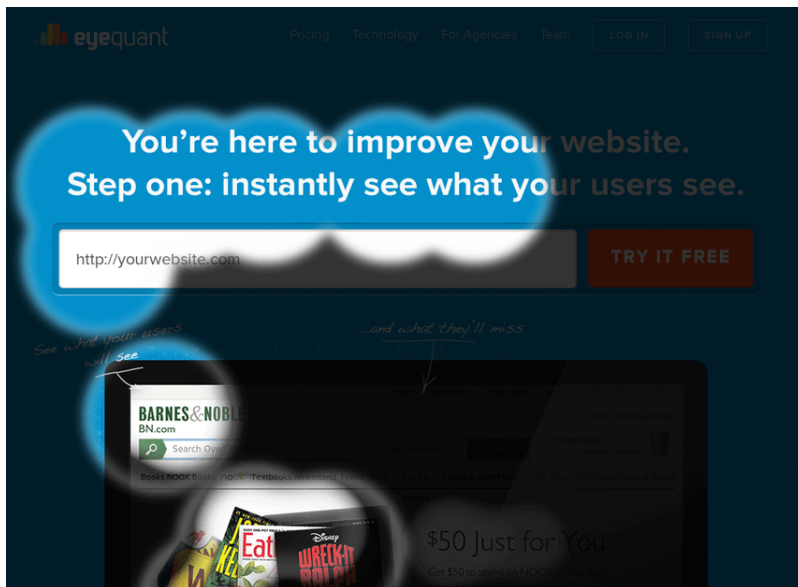
- durchgängig gleiches Schema bei Farben und Stil der Website
- intuitiv verständliche Struktur, die sich durch die ganze Website hindurchzieht
- Benutzererwartung erfüllen, indem bestimmte Elemente an bestimmten Positionen stehen, z.B. Unternehmenslogo links oben

## Usability testen

Usability Tests helfen Websitebetreibern, die Benutzerfreundlichkeit einer Seite zu überprüfen und zu erkennen, wo Nutzer auf Probleme stoßen. Dadurch kann man zielgerichtet feststellen, wo die **größten Schwachstellen** liegen und dort ansetzen. Außerdem haben Usability Tests den Vorteil, dass sie sozusagen **einen Blick von außen** bieten, der sich oft deutlich vom Unternehmensblick unterscheidet. Immerhin haben die Nutzer häufig ein ganz anderes Wissen von den Dienstleistungen und Produkten als das Unternehmen selbst.

Bei einem Usability Test erhalten Personen genau definierte Aufgaben, die Sie auf Ihrer Seite erfüllen müssen. Sie geben den Probanden eine bestimmte Situation vor, z.B. sollen Sie in einem Matratzen-Online-Shop zu bestimmten Schlafwünschen passende Matratzen finden. Die Testpersonen müssen anschließend ihre Schritte genau dokumentieren, mündlich oder schriftlich. Wichtig ist hier, dass die Personen das Angebot bisher noch nicht kennen, weder aus eigenen Erfahrungen noch aus Berichten anderer Nutzer.

Es gibt sehr viele verschiedene Möglichkeiten, die Usability zu testen. Neben der bereits beschriebenen Methode, bei der Personen Aufgaben erfüllen und sich zu ihrem Vorgehen äußern müssen, ist es auch möglich, Tools zu nutzen, z.B.: **Mouse-Tracking-Tools** oder eine **Eye-Tracking-Analyse**.



Beispiel für eine Eyetracking-Analyse,

Quelle: <http://www.eyequant.com>

Usability Tests können auch schon in der Konzeptionsphase eingesetzt werden, z.B. mit dem Verfahren **“Card Sorting”**. Dabei kann man ermitteln, welches Design am nutzerfreundlichsten ist. Die Testpersonen erhalten z.B. Karten mit Kategorienamen bzw. Menütiteln und sollen sie in eine für sie sinnvolle Reihenfolge bringen.

### Weiterführende Informationen:

[16 Methoden zur Messung der Usability](#)

[Interview in der SEO-Küche mit Daniel Guechida von Eyequant](#)

[Usability – How to and Tools](#)

## Usability – Einfluss auf die Suchmaschinenoptimierung

Die Usability wirkt sich zwar nur indirekt auf die [Suchmaschinenoptimierung](#) aus, sie beeinflusst aber trotzdem das [Ranking](#). Suchmaschinen können zwar Seiteninhalte wie Text, Bilder oder Videos (noch)



nicht so auffassen wie ein reeller Nutzer, sie können aber mithilfe von Metainformationen und Nutzer- Handlungsweisen die Seiteninhalte und deren Qualität nachvollziehen.

Schlecht benutzbare Seiten haben in der Regel eine hohe Bounce-Rate, die sich wiederum negativ auf das Ranking auswirken kann. Demgegenüber gelten Seiten, die übersichtlich, einfach zu navigieren und leicht zugänglich sind, für Suchmaschinen als Signal für eine gute Webseitenqualität.

Auch der Aspekt der "freiwilligen Verbreitung" und deren indirekte Auswirkungen auf SEO sollten nicht unterschätzt werden: Wenn die Seite eine gute User Experience bietet, ist es viel wahrscheinlicher, dass sie geteilt, geliked oder anderweitig weiterempfohlen wird.

#### **Weiterführende Informationen:**

[Usability and Content – Affects on Search Engine Rankings](#)